une formation Benchmark sur la fidélisation on line (7 décembre 2010)

Cette journée est proposées dans le cadre d'un forum comprenant 4 autres sessions de formation

- Constituer et exploiter une base de données marketing (8-9 déc.)
- CRM : choisir une solution adaptée à ses besoins (10 déc.)
- e-CRM : optimiser sa relation client (15-16 déc.)
- Réussir sa stratégie de fidélisation sur internet (17 déc.)

Elle abordera les points suivants:

Fidélisation sur Internet : état des lieux, bilan, projets

- Comment les marques exploitent-elles les médias digitaux pour mieux fidéliser ?
- Comment intègrent-elles désormais les réseaux sociaux à leur stratégie ?
- Quel bilan dressent-elles de leurs initiatives online ?
- Quels sont les principaux projets pour 2011 ?

Présentation des principaux résultats de l'étude « Fidélisation 2010 » de Benchmark Group.

Temps réel, ultra-personnalisation, multicanal… Les enjeux 2011

- Pourquoi de grandes marques placent-elles le web et le mobile au centre de leur stratégie CRM ? Social CRM, ultra-personnalisation…
- Comment intègrent-elles ces leviers pour améliorer la

valeur et allonger le cycle de vie de leurs clients ?
- Comment comptent-elles tirer profit des possibilités offertes par le CRM temps réel ?
- Dans quelles conditions est-il pertinent de segmenter et décliner ses programmes en fonction de ses cibles ?
- Qu'attendre d'un programme premium ?
- Comment optimiser l'efficacité des rebonds entre les différents canaux ?

Avec Isabelle Birem (Air France), Jean-Christophe Hermann (Carrefour), Elisabeth Sabbah (LCL) et Jérôme Hiquet (Le Club Med).

Social CRM : du chargé de clientèle au community manager

- Réseaux sociaux, micro-blogging : comment les marques s'approprient-elles les espaces « sociaux » pour mieux dialoguer avec leurs clients ?
- Fan page, communautés VIP, services personnalisés… Quelle stratégie adoptent-elles pour fidéliser leurs meilleurs clients
- Comment utiliser les données « sociales » pour enrichir sa base de données clients ?
- Quand et comment développer sa propre plate forme participative ?

Avec Nathalie Rocher Piou (Bénéteau) et Bertrand Duperrin (Nextmodernity).

Le rôle des centres de relation client dans les activités de vente sur Internet

- Comment sont organisés les centres de relation client des sites web transactionnels ?
- Quels sont les canaux mis en avant par les marques en fonction du cycle d'achat et selon les différents secteurs ?
- Quels sont les impacts en termes de performances commerciales ? eCRM, self care web, intercanalité, chat,

clic to call…
- Quelles sont les priorités ?

Par Philippe Tisserand (CCA International) et Gilles Blanc (Benchmark Group).

Optimiser l'efficacité de son support client

- Comment créer un processus de suivi client multicanal efficace ?
- Comment mieux mesurer le taux de satisfaction de ses clients et la qualité perçue ?
- Quels nouveaux services web proposer à ses clients pour améliorer le service rendu tout en gagnant en productivité ?

Avec Damien de Bloteau (AG2R La Mondiale), Anne Hortense Ruault (Best Western), Franck Chaput (Carrefour Pass) et Valérie Darmaillacq (Voyages-sncf.com).

Fidélisation sur mobile : accompagner ses clients, partout, tout le temps

- Comment répondre aux attentes de ses clients en situation de mobilité ?
- Quels services leur proposer pour favoriser les usages et développer leur fidélité ?
- A quelles performances s'attendre ?

Avec Michel Jouve (Cortal Consors) et Stéphane Kozlowski (Monabanq).

Mieux comprendre ses clients grâce au webanalytics

- Comment les outils de webanalytics permettent-ils d'enrichir sa connaissance clients ?
- Comment bien les connecter aux autres briques du système d'information (CRM, Business Intelligence, e-solution commerce…) pour affiner ses indicateurs ?

Par Mats Carduner (Fifty Five)

Dématérialiser son programme de fidélisation

- Dématérialisation des supports (téléphone mobile, pass Navigo), des canaux de communication (SMS, mail, site web, application mobile…), des récompenses (e-coupons, minutes de communication, cash-back)…
- Comment les clients réagissent-ils ?
- Quels bénéfices les marques tirent-elles de la dématérialisation de leur programme de fidélisation ?

Avec Géraldine Dumeurger (La Croissanterie), Anne-Sophie Clémot (Symantec) et Florent Mariotti (Virgin).

Fidélisation sur le point de vente : tirer profit des avancées technologiques

- E-couponing, promotions ciblées, paiement sans contact…
- Quels nouveaux services offrir aux « shoppers » pour améliorer leur expérience d'achat ?
- Écrans linéaires, merchandising interactif, NFC…
- Comment sont perçues ces nouvelles initiatives ?
- Quel bilan dressent les sociétés pionnières ?
- Quel budget faut-il anticiper ?

Par Jérémie Leroyer (Airtag)

Télécharger le programme ici, sur le site de Benchmark